

Les réseaux sociaux, une aubaine pour les jeunes artistes

Instagram ou Facebook permettent à des jeunes artistes visuels de se faire repérer beaucoup plus facilement qu'avant. Mais le passage en galerie reste toujours déterminant.

Publié le 18 novembre 2018 à 06h00 - Mis à jour le 21 novembre 2018 à 15h59

Lecture 1 min.

Article réservé aux abonnés



« Disco Palmyre ». FLORENT GROC

« *Je n'avais jamais imaginé être artiste* », confie Florent Groc, diplômé de l'ECV, une école d'art, de design et d'animation d'Aix-en-Provence, en 2009. Quand il commence à poster des photos de son travail sur Instagram en 2012, Florent Groc confond le réseau social avec un logiciel de retouches de photos, sans avoir conscience de la dimension « sociale » de l'application. Il est rapidement remarqué par un jeune critique et commissaire d'art, qui lui propose de participer à sa première vente aux enchères organisée par la maison Piasa. « *J'ai vendu deux œuvres. Ce n'était pas énorme, mais ça m'a donné confiance dans ma pratique* », explique l'artiste, qui compte 2 500 abonnés sur son compte, et poursuit son travail à Marseille.

Silvère Jarrosson a suivi le même chemin. Ancien élève de l'école de danse de l'Opéra de Paris, il avait l'habitude de publier « *spontanément des posts sur Facebook* ». Ce jeune homme de 23 ans s'est mis à peindre après un accident qui lui a coûté sa carrière de danseur classique. « *J'ai commencé à vendre mes premières toiles en 2013* », explique-t-il. C'est toujours à travers Facebook qu'il est contacté par un « *ami* » virtuel, qui lui révèle être galeriste et s'intéresser à son travail depuis un an. En janvier 2014, sa première exposition est organisée par la galerie Hors-Champ. « *Cela a été comme un signal donné. Mon travail a été accrédité.* »

Lire aussi [Débrouille et petits jobs : les artistes débutants entre coups de bol et ras-le-bol](#)

Selon le rapport Hiscox sur le marché de l'art en ligne publié en 2016, Facebook et Instagram sont devenus les réseaux sociaux préférés des acheteurs d'art au cours de ces deux dernières années. Laure Roynette, qui dirige la galerie qui porte son nom, confirme : « *C'est très important pour une galerie de regarder ce qui se fait sur les réseaux sociaux. Cette génération des 25-35 ans vit naturellement avec Instagram et Facebook. On arrive à découvrir des artistes comme ça.* » Néanmoins, le passage en galerie reste incontournable, « *les collectionneurs ont toujours besoin d'un rapport physique à l'œuvre* », estime Laure Roynette.

Marine Miller

[Réagissez ou consultez l'ensemble des commentaires](#)